Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Aperçu du marché
Indonésie

Septembre 2016

SOMMAIRE

- L'Indonésie est la plus grande économie de l'Asie du Sud-Est et la cinquième plus grande de la région Asie-Pacifique, derrière la Chine, le Japon, l'Inde et la Corée du Sud. Elle a une population très diversifiée, comptant plus de 300 groupes ethniques. L'Indonésie enregistrait 258 millions d'habitants en 2015, sa population ayant augmenté de 46 millions depuis 2000, ce qui fait de ce pays le quatrième pays le plus populeux au monde.

- L'Indonésie, qui est le plus grand État musulman au monde, est l'une des nations les plus dispersées sur le plan géographique. Elle est formée d'un groupe d'archipels, dont les grandes îles de Sumatra et de Java (à l'ouest), Sulawesi (au centre), la Nouvelle-Guinée occidentale, Kalimantan et les îles Moluques.

- Avec un produit intérieur brut (PIB) de 861,8 milliards de dollars (G $US) en 2015, on prévoit que le PIB connaîtra une croissance de 5 % en 2016. Les dépenses annuelles des consommateurs en 2015 étaient de 1 912,8 $US par habitant, tandis que leurs dépenses d'aliments et de boissons non alcoolisées représentaient 629,1 $US ou 32,9 % des dépenses globales.

- Avec la prospérité vient un style de vie plus exigeant, et les consommateurs indonésiens attachent une grande importance aux produits pratiques et aux produits de santé et de bien-être, car ils souhaitent profiter d'une vie longue et prospère en santé, ce qui est particulièrement le cas des membres des classes moyenne et supérieure des villes, ces segments de consommateurs recherchant des produits qui offrent des attributs de commodité. Les ventes d'aliments emballés continuent de croître de manière soutenue, elles s'élevaient à 24,1 G $US en 2015 et devraient atteindre 27 G $US en 2016 et 41,6 G $US en 2020.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Production 2
Commerce 3
Données démographiques 4
Dépenses des consommateurs 4
Ventes au détail 5
Ressources 8

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.

PRODUCTION

Selon la FAO (Organisation pour l'alimentation et l'agriculture des Nations Unies), l'agriculture est un secteur vital de l'économie indonésienne qui a généré 42 % des emplois au pays et contribué à 13,5 % du PIB en 2015.

Parmi les principales productions de l'Indonésie, figurent l'huile de palmiste, les céréales, le riz, l'huile de palme, la canne à sucre et diverses racines et tubercules. L'huile de palmiste a enregistré un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 8,9 % entre 2010 et 2014, l'huile de palme, de 11,0 % et les amandes de palmiste, de 11,7 %, ces produits comptant aussi parmi les produits les plus exportés.

PRODUCTIONS VÉGÉTALES ET ANIMALES DE L'INDONÉSIE

Dix principales productions (tonnes)	2010	2011	2012	2013	2014
Huile de palmiste	97 800 000	105 000 000	113 000 000	120 000 000	126 591 790
Céréales*	84 797 028	83 400 154	88 443 150	89 791 565	89 854 891
Riz, paddy	66 469 394	65 740 946	69 056 128	71 279 712	70 846 465
Huile de palme	21 958 120	23 096 540	26 015 500	26 895 500	29 344 500
Canne à sucre	26 600 000	24 000 000	28 700 000	28 400 000	28 600 000
Racines et tubercules**	27 394 969	27 575 545	28 155 071	27 867 931	27 135 058
Manioc	23 918 118	24 009 624	24 177 372	23 936 920	23 436 384
Noix de coco	18 000 000	17 500 000	19 400 000	18 300 000	19 102 130
Maïs	18 327 636	17 629 033	19 387 022	18 511 853	19 008 426
Amandes de palmiste	5 900 000	6 540 000	6 920 000	7 530 000	8 000 000

*Données agrégées pouvant englober des données officielles, semi-officielles, estimées ou calculées **Estimations de la FAO

Animaux (têtes)	2010	2011	2012	2013	2014
Chèvres	16 620 000	17 483 000	17 862 000	18 500 500	19 216 300
Moutons	10 725 000	11 372 000	13 420 000	14 925 700	15 715 800
Bovins	13 582 000	14 824 000	15 981 000	13 127 800	15 186 300
Porcs	7 477 000	7 525 000	7 900 000	7 610 600	7 873 400
Buffles	1 999 500	1 305 000	1 438 000	1 109 500	1 320 600

Viande produite au pays (tonnes)	2009	2010	2011	2012	2,013
Poulet	1 404 394	1 539 452	1 664 764	1 733 984	1 837 790
Porc	666 410	713 573	743 400	753 066	767 714
Bœuf	233 055	277 327	392 720	431 747	446 680
Chèvre	73 864	68 813	66 356	65 213	66 990
Agneau	54 205	44 905	46 834	44 365	45 688

Source de toutes les données : *Données statistiques sur les productions agricoles de la FAO, avril 2016. À noter que les données sur « la viande produite au pays » n'étaient pas disponibles pour 2014 lors de la préparation du présent rapport.*

COMMERCE

Bien que l'Indonésie soit un exportateur net de nombreux produits agricoles, elle importe des céréales (les blés autres que le blé dur), du sucre, du soya, du maïs et de la viande (bœuf).

L'Indonésie a exporté des produits agroalimentaires et de la mer en 2015, et son excédent commercial était estimé à 15,3 G $US avec des importations de 16,2 G$ et des exportations de 31,5 G $US. Les importations indonésiennes de produits agroalimentaires et de la mer ont enregistré une croissance moyenne de 4,1 % au cours des cinq dernières années.

Les principales importations indonésiennes de produits agroalimentaires et de la mer en 2015 étaient les blés autres que le blé dur, les tourteaux et autres résidus de soya, le sucre, le coton et le soya. Les principaux fournisseurs de l'Indonésie sont l'Australie, les États-Unis, le Brésil, la Chine et la Thaïlande. Le Canada était le 7e fournisseur de produits agroalimentaires et de la mer de l'Indonésie en 2015, détenant 3,8 % des parts de marché.

Principales importations de produits agroalimentaires et de la mer de l'Indonésie en 2015, toutes provenances confondues

Produits	Valeur d'importation (M $US)	Principaux fournisseurs et parts de marché			Part du Canada
		1	2	3	
Blés autres que le blé dur	2 045,0	Australie 54,70 %	Canada 26,10 %	Ukraine 5,90 %	26,10 %
Tourteau et autres résidus solides d'oléagineux	1 814,0	Brésil 51,55 %	Argentine 45,26 %	États-Unis 2,41 %	0,00 %
Canne à sucre brute	1 226,5	Thaïlande 51,17 %	Australie 30,47 %	Brésil 15,48 %	0,00 %
Coton, non cardé ni peigné	1 087,6	États-Unis 32,15 %	Brésil 23,45 %	Australie 6,71 %	0,00 %
Soya	1 034,4	États-Unis 97,28 %	Canada 1,31 %	Malaisie 0,77 %	1,31 %
Maïs	687,1	Argentine 54,08 %	Brésil 40,30 %	Inde 3,48 %	0,00 %
Bovins sur pied (sauf les purs-sangs reproducteurs)	540,6	Australie 99,98 %	Afrique du Sud 0,01 %	s.o.	0,00 %
Aliments du bétail (sauf les aliments pour chats et chiens)	447,8	États-Unis 40,93 %	Australie 14,94 %	Nouvelle-Zélande 11,66 %	2,59 %
Préparations alimentaires	444,5	États-Unis 26,03 %	Malaisie 16,60 %	Singapour 11,95 %	0,46 %
Poudre de lait écrémé	386,2	Australie 30,94 %	États-Unis 24,05 %	Nouvelle-Zélande 15,87 %	1,79 %

Source : *Global Trade Tracker, 2016*

Les exportations canadiennes de produits agroalimentaires et de la mer en Indonésie étaient estimées à 528,5 M $US en 2015. Les principales exportations étaient les blés autres que le blé dur (437,0 M $US), le soya (21,5 M $US), le crabe surgelé (10,7 M $US), les graines à canaris (8,7 M $US) et les frites surgelées (8,0 M $US). En 2015, le Canada a importé pour 169,3 M $US de produits agroalimentaires et de la mer de l'Indonésie, et a donc enregistré un excédent commercial de 359,2 M $US avec ce pays.

En 2015, les importations d'aliments transformés de l'Indonésie étaient estimées à 6,8 G $US et les fournisseurs de ce pays étaient diversifiés. La Nouvelle-Zélande, la Malaisie, le Vietnam, Singapour et la France étaient les principaux fournisseurs d'aliments transformés de l'Indonésie, approvisionnant plus de 20 %

de ce marché en 2015. Les importations d'aliments transformés de l'Indonésie en provenance du Canada étaient estimées à 33,2 M $US, le Canada étant le 13e fournisseur de l'Indonésie.

DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Selon Euromonitor, la population de l'Indonésie, majoritairement urbaine, est estimée à 258 millions d'habitants. En 2015, 53,7 % de la population vivait en milieu urbain et ce pourcentage devrait augmenter à 63,0 % en 2030.

En 2015, la population se répartissait comme suit : 23,5 % dans les 0-14 ans, 68,1 % dans les 15-64 ans et 8,4 % dans les 65 ans et plus.

L'âge médian de la population était de 28,4 ans en 2015 et devrait augmenter à 31,9 ans en 2030. Euromonitor prévoit que le taux de vieillissement de l'Indonésie sera plus lent que la moyenne de l'Asie-Pacifique.

En septembre 2014, l'Indonésie a adopté une loi qui encadre les produits halal et rend la certification halal obligatoire pour tous les aliments, boissons, médicaments, cosmétiques, produits chimiques, produits biologiques et produits modifés génétiquement qui sont vendus en Indonésie, de même que pour la machinerie et l'équipement servant à la transformation de ces produits.

DÉPENSES D'ALIMENTS ET DE BOISSONS NON ALCOOLISÉES DES CONSOMMATEURS

Aujourd'hui, l'Indonésie est la quatrième nation la plus populeuse au monde, et la 10e économie mondiale sur la base de la parité du pouvoir d'achat. Le pays a fait d'énormes progrès dans la réduction de la pauvreté, et tous les indicateurs de dépenses des consommateurs affichent donc une croissance.

Les dépenses d'aliments et de boissons non alcoolisées des consommateurs étaient d'un peu plus de 162,0 G $US ou 629,1 $US par habitant en 2015, soit une hausse de presque 13,8 % depuis 2010. Elles devraient avoisiner 206,4 G $US en 2020 (759,4 $US par habitant).

Dépenses par habitant en Indonésie en $US
(prix courant au taux de change fixe de 2015)

Catégories	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC 2010-2015 (%)
Dépenses totales des consommateurs	1 197,0	1 328,9	1 467,1	1 616,6	1 776,7	1 912,8	9,8
Aliments et boissons non alcoolisées	399,7	447,3	489,6	536,7	587,3	629,1	9,5
Aliments	372,6	416,6	456,4	500,4	547,4	586,2	9,5
Pains et céréales	106,4	115,4	123,1	133,3	143,4	151,8	7,4
Viandes	25,1	28,7	32,3	36,2	40,0	43,3	11,5
Poissons et fruits de mer	51,9	60,1	67,2	74,3	82,1	88,5	11,3
Lait, fromage et œufs	38,3	43,9	49,3	54,7	60,6	65,6	11,4
Huiles et graisses	22,9	26,1	28,3	30,7	33,6	35,8	9,3
Fruits	29,8	33,1	36,7	40,2	44,0	47,3	9,7
Légumes	69,7	77,7	84,8	92,4	101,0	108,0	9,2
Sucre et produits de confiserie	15,4	17,0	18,7	20,8	23,0	24,9	10,1
Autres aliments	13,0	14,5	16,2	17,8	19,6	21,1	10,2
Boissons non alcoolisées	27,1	30,6	33,2	36,3	39,9	42,9	9,6
Café, thé et cacao	7,2	8,1	8,7	9,4	10,3	11,0	8,8
Eaux minérales, boissons gazeuses, jus de fruit et de légume	19,9	22,6	24,5	26,9	29,6	32,0	10,0

Dépenses prévues par habitant en Indonésie en $US
(prix courants au taux de change fixe de 2015)

Catégories	2016	2017	2018	2019	2020	TCAC 2016-2020 (%)
Dépenses totales des consommateurs	2 043,7	2 217,6	2 404,9	2 619,2	2 849,8	8,7
Aliments et boissons non alcoolisées	669,2	723,4	781,7	848,5	920,3	8,3
Aliments	623,4	673,7	727,8	789,9	856,5	8,3
Pains et céréales	160,0	171,4	184,0	198,6	214,3	7,6
Viandes	46,3	50,3	54,5	59,3	64,4	8,6
Poissons et fruits de mer	94,5	102,5	111,0	120,6	131,0	8,5
Lait, fromage et œufs	70,3	76,5	83,2	90,7	98,7	8,9
Huiles et graisses	37,9	40,9	44,0	47,7	51,6	8,0
Fruits	50,3	54,5	58,9	64,0	69,4	8,4
Légumes	114,7	124,0	133,9	145,3	157,5	8,3
Sucre et produits de confiserie	26,7	29,2	31,9	34,9	38,2	9,4
Autres aliments	22,5	24,4	26,5	28,9	31,5	8,8
Boissons non alcoolisées	45,8	49,7	53,8	58,6	63,8	8,6
Café, thé et cacao	11,6	12,5	13,5	14,6	15,8	8,0
Eaux minérales, boissons gazeuses, jus de fruit et de légume	34,2	37,1	40,4	44,1	48,0	8,8

***Source** : Euromonitor, 2016*

VENTES AU DÉTAIL

Bien que ce soient encore les marchés traditionnels qui écoulent la majorité des aliments au détail en Indonésie, les points de vente modernes détiennent une part importante du marché et font des gains année après année. Les marchés traditionnels sont constitués de marchés frais et d'épiceries indépendantes et ils cèdent progressivement la place aux hypermarchés et aux supermarchés modernes.

L'essor des hypermarchés, des supermarchés et des minimarchés est prometteur pour les produits alimentaires emballés. De plus, au développement de la classe moyenne et aux changements de préférences des consommateurs s'ajoute l'amélioration des établissements d'entreposage et des infrastructures de réfrigération qui génèrent d'autres possibilités.

En Indonésie, les dépenses d'aliments emballés sont en forte croissance, ayant enregistré un TCAC de 13,4 % de 2010 à 2015; et Euromonitor prévoit une autre augmentation de 11,5 % entre 2016 et 2020.

Les dépenses de riz et de nouilles emballés ne cessent d'augmenter depuis 2010, atteignant plus de 8,6 G $US en 2015. Les ventes devraient dépasser légèrement les 15,0 G $US en 2020. En ce qui concerne les dépenses en d'autres aliments, les aliments pour bébé et les produits de boulangerie ont progressé de 13,2 % et de 11,7 % respectivement au cours de la même période.

Historique des ventes au détail d'aliments emballés en Indonésie en M $US (au taux de change fixe de 2015)

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC 2010-2015 (%)
Total des aliments emballés	12 816,4	14 568,5	16 570,4	18 719,5	21 470,9	24 084,5	13,4
Riz, pâtes et nouilles	4 376,9	5 034,8	5 758,8	6 605,3	7 647,3	8 668,5	14,6
Aliments pour bébé	1 369,8	1 559,1	1 768,6	2 000,5	2 296,6	2 546,1	13,2
Produits de boulangerie	1 248,7	1 384,6	1 561,0	1 747,8	1 958,1	2 175,3	11,7
Produits laitiers	1 077,4	1 204,3	1 366,8	1 545,7	1 767,0	1 991,9	13,1
Produits de confiserie	1 106,4	1 221,4	1 370,9	1 549,2	1 748,2	1 948,3	12,0
Collations salées et sucrées	714,2	801,4	893,4	1 006,1	1 146,0	1 302,2	12,8
Viandes et produits de la mer transformés	569,4	663,4	783,5	928,2	1 107,7	1 294,6	17,9
Huiles et graisses	719,8	879,8	1 025,9	1 037,5	1 192,4	1 227,3	11,3
Biscuits et barres tendres	731,8	802,5	889,5	985,6	1 098,0	1 210,8	10,6
Sauces, vinaigrettes et condiments	618,0	695,5	782,4	883,6	1 008,5	1 139,8	13,0
Crème glacée et desserts congelés	165,5	190,8	223,3	265,6	314,9	369,4	17,4
Tartinades	57,1	62,4	69,1	76,8	86,1	96,5	11,1
Céréales pour petit-déjeuner	30,3	35,2	41,3	48,2	56,3	65,3	16,6
Fruits et légumes transformés	25,0	26,3	28,2	30,7	34,1	37,6	8,5
Plats préparés	3,5	3,8	4,1	4,5	5,0	5,5	9,5
Soupes	2,7	3,2	3,6	4,1	4,8	5,5	15,3

Source : *Euromonitor, 2016* ***TCAC*** *= taux de croissance annuel composé*

Prévisions des ventes au détail d'aliments emballés en Indonésie en M $US (au taux de change fixe de 2015)

Catégorie	2016	2017	2018	2019	2020	TCAC 2016-2020 (%)
Total des aliments emballés	27 002,7	30 197,3	33 707,7	37 550,7	41 684,9	11,5
Riz, pâtes et nouilles	9 770,7	10 970,2	12 272,3	13 668,4	15 140,7	11,6
Aliments pour bébé	2 826,6	3 107,0	3 401,4	3 727,0	4 075,0	9,6
Produits de boulangerie	2 402,2	2 644,7	2 913,6	3 211,1	3 529,5	10,1
Produits laitiers	2 234,7	2 504,3	2 798,3	3 117,0	3 456,2	11,5
Produits de confiserie	2 162,1	2 398,0	2 660,2	2 945,7	3 253,4	10,8
Collations salées et sucrées	1 494,7	1 718,1	1 966,4	2 239,5	2 535,0	14,1
Viandes et produits de la mer transformés	1 481,3	1 684,2	1 915,0	2 177,1	2 474,0	13,7
Huiles et graisses	1 344,7	1 490,4	1 660,5	1 857,5	2 079,4	11,5
Biscuits et barres tendres	1 283,0	1 444,8	1 626,0	1 828,6	2 052,9	12,5
Sauces, vinaigrettes et condiments	1 328,3	1 452,5	1 590,1	1 740,0	1 900,0	9,4
Crème glacée et desserts congelés	436,9	515,6	603,3	701,7	811,7	16,7
Tartinades	108,1	120,9	135,0	150,6	167,5	11,6
Céréales pour petit-déjeuner	75,7	87,2	99,7	113,8	129,4	14,3
Fruits et légumes transformés	41,4	45,4	49,7	54,4	59,3	9,4
Plats préparés	6,3	7,1	8,1	9,2	10,4	13,4
Soupes	6,2	7,1	8,1	9,2	10,3	13,5

Source : *Euromonitor, 2016* ***TCAC*** *= taux de croissance annuel composé*

À l'instar d'autres marchés de la région, l'Indonésie connaît aussi un essor des ventes de produits de santé et de bien-être emballés. Les consommateurs indonésiens choisissent des aliments plus sains, car ils sont plus sensibilisés aux conséquences d'une mauvaise diète, de l'obésité et des maladies cardiovasculaires. Les fabricants continuent d'investir dans de nouveaux produits enrichis en vitamines, qui contiennent des ingrédients sains, une teneur réduite en sucre, en cholestérol et en gras. Les groupes des classes moyenne et supérieure sont prêts à payer plus pour obtenir des produits plus sains (Euromonitor International, 2013). La catégorie des produits alimentaires de santé et de bien-être a enregistré un TCAC de 13,5 % au cours des cinq dernières années, et sa croissance devrait se continuer à un TCAC de 11,5 % d'ici 2020.

Historique des ventes au détail de produits de santé et de bien-être en Indonésie en M $US (au taux de change fixe de 2015)

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC 2010-2015 (%)
Total des produits de santé et de bien-être	4 297,7	4 953,0	5 754,5	6 396,0	7 348,3	8 109,3	13,5
Fortifiés ou fonctionnels (FF)	3 366,1	3 903,1	4 478,1	4 953,5	5 687,7	6 249,5	13,2
Produits de santé naturels (SN)	852,3	961,6	1 176,8	1 329,5	1 531,5	1 716,6	15,0
Produits meilleurs pour vous (PMV)	64,8	72,3	81,3	91,8	103,6	114,4	12,0
Pour personnes souffrant d'une intolérance alimentaire	7,9	9,0	10,7	12,8	15,8	17,9	17,8
Produits biologiques	6,6	7,0	7,6	8,5	9,6	10,9	10,6

Source : *Euromonitor, 2016* ***TCAC*** *= taux de croissance annuel composé*

Prévisions des ventes au détail d'aliments de santé et de bien-être en Indonésie en M $US (taux de change fixe de 2015)

Catégorie	2016	2017	2018	2019	2020	TCAC 2010-2015 (%)
Total des produits de santé et de bien-être	9 069,10	10 130,20	11 304,20	12 608,30	14 018,60	11,5
Aliments fortifiés ou fonctionnels (FF)	6 983,00	7 783,80	8 662,50	9 634,70	10 679,60	11,2
Produits de santé naturels (SN)	1 926,40	2 166,80	2 439,50	2 745,90	3 082,90	12,5
Produits meilleurs pour vous (PMV)	127,10	142,20	159,40	178,60	199,70	12,0
Pour personnes souffrant d'une intolérance alimentaire	20,30	23,20	26,30	29,90	34,00	13,8
Produits biologiques	12,40	14,20	16,50	19,20	22,40	15,9

Source : *Euromonitor, 2016* ***TCAC*** *= taux de croissance annuel composé*

RESSOURCES

Euromonitor International (2016).

— Packaged Food Sales in Indonesia (décembre 2015)

— Health and Wellness in Indonesia (décembre 2015)

FAOSTAT (2016). Agricultural Production – Indonesia.

CIA- The World Factbook (2016) - Indonesia

Global Trade Tracker (2016). Import and export statistics – Indonesia.

Banque mondiale (2016).

Aperçu du marché : Indonésie
Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Karim Zarrouki, analyst principale des marchés internationaux

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS